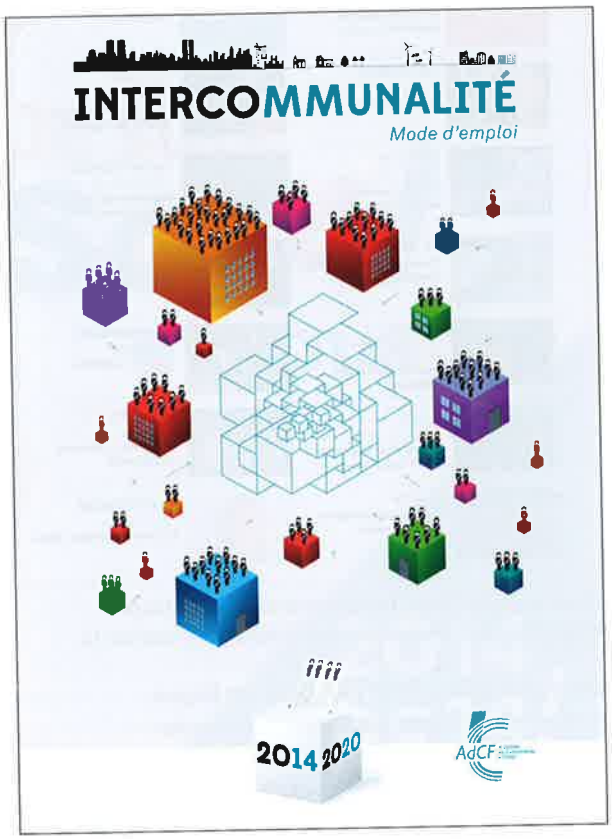
Scrutin intercommunal : un devoir d'explication

Si elle n'est pas expliquée, la modification du mode de scrutin des délégués intercommunaux passera à côté de son objectif : rapprocher le citoyen de l'échelon intercommunal. En l'absence de campagne nationale, les territoires se mobilisent.

En ouverture de la convention de l'Assemblée des communautés de France (ADCF), en octobre à Montpellier, le président Daniel Delaveau a appelé le gouvernement *«à lancer une campagne nationale d'explication sur la mutation institutionnelle que nous avons accomplie en vingt ans»*. De fait, l'intercommunalité n'a jamais été aussi importante dans la vie quotidienne des citoyens, mais elle n'a pas encore trouvé de lisibilité dans le paysage institutionnel. Le baromètre 2013 sur la communication intercommunale, mené par Epiceum pour l'ADCF, avertissait d'ailleurs : *«Un effort pédagogique considérable doit être conduit.»* Invitée à la convention, Marylise Lebranchu, ministre de la Réforme de l'État, a promis au président *«d'essayer de monter une campagne orchestrée localement par les préfets»*, notamment pour expliquer aux citoyens le changement de mode de scrutin.

Un système abscons

Pour la première fois, dans le cadre des élections municipales en mars, les électeurs des communes de plus de 1 000 habitants seront appelés à voter pour leur délégués communautaires par un système de fléchage pour le moins abscons qui fait craindre un nombre important de bulletins nuls. Le gouvernement, à l'origine de la réforme, n'a pas hésité lors des débats au Palais-Bourbon, à en dramatiser l'enjeu, le texte devant *«conférer une véritable légitimité démocratique à des structures de plus en plus présentes dans la gouvernance territoriale»*. D'où l'impératif de communication exigé par Daniel Delaveau



D.R.

L'Assemblée des communautés de France (ADCF) a conçu un guide pour faire comprendre les modalités du scrutin.

et réclamé, comme l'atteste un sondage publié par l'ADCF, par une très large majorité (93%) d'électeurs. Qu'en est-il de cette campagne, à deux mois du scrutin ? Pour l'instant, à l'ADCF, *«on attend toujours Godot...»* Le ministère de l'Intérieur a bien édité une mini-plaquette dans le plus pur style administratif, texte brut de décoffrage et effigie de Marianne sur fond gris, mais c'est un peu court, pour un texte qui touche, rien de moins, qu'à la démocratie locale.

À Montpellier, la ministre avait renvoyé les élus intercommunaux à leurs propres responsabilités, leur indiquant poliment qu'il leur appartient prioritairement de faire la promotion de leurs outils. Car communiquer sur le mode de scrutin est l'occasion d'aller bien au-delà. Un chiffre du baromètre Epiceum/ADCF pouvait inquiéter : seule-

ment 5% des communicants territoriaux considéraient l'élection de 2014 comme principal enjeu de communication de l'année. Alors qu'elle est bien l'occasion de refonder le pacte de citoyenneté avec les habitants : 85% des électeurs sont concernés, même si 75% des communes sont hors-dispositif, étant sous le seuil des mille habitants.

L'ADCF n'est pas restée inactive. «*Nous avons conçu un document de 16 pages pour nos adhérents*, explique Sandrine Guirardo, responsable de communication. *Nous avons également, en libre accès, une infographie animée de trois minutes* [au coût de 8 360 €, NDLR] *qui explique l'intercommunalité et les modalités du scrutin.*» Ces ressources, réalisées par l'agence lyonnaise Unité Mobile, sont destinées aussi bien aux communes et à leur groupement qu'à la presse. Un article personnalisable pour chaque communauté est également proposé.

INTERCOMMUNALITÉ
De nouvelles modalités de vo
Dossier agglo
Mars 2014 : les conseillers
TENEZ, EN PLUS DES LISTES DU MAIRE ET DE L'AGGLO
JE VOUS RAJOUTE MA LISTE POUR LE RÉVEILLON!
D.R.

Certains territoires ont su utiliser les ressources de l'ADCF pour leurs journaux.

Informer malgré la difficulté

Dans les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), les communicants ont vite compris qu'ils ne devraient leur salut qu'à eux-mêmes, sans attendre une éventuelle campagne nationale. Certains choisissent d'assurer le service minimum, conscients que le sujet ne passionne pas le lecteur. Au Grand Dôle, par exemple, Xavier Ducordeaux s'est interrogé : «*Comment faire pour que les citoyens lisent et retiennent l'essentiel ?*» Dans le numéro de février du magazine territorial, une double page reprend les infographies conçues spécialement par l'agence Epiceum pour l'occasion, dans le cadre d'un partenariat avec l'ADCF – les adhérents ont une réduction. «*Ce n'est pas parce que la réforme du scrutin est incompréhensible qu'il ne faut pas en parler*, professe l'agence. *Nous avons élagué au maximum pour arriver à une infographie compréhensible par l'électeur*», explique Romain Tord, directeur de clientèle.

À la communauté de communes Caux Vallée de Seine, en Normandie, Stéphanie Blaise a poussé très loin l'information sur le scrutin. La responsable de la communication a élaboré, en interne, un dossier spécial de six pages dans le magazine Intercaux, avec des infographies maison. «*Ce dossier, nous l'avons mis à la disposition des communes qui veulent l'intégrer dans leurs bulletins.*» À un autre niveau de cible, Caux Vallée de Seine a édité un guide pratique à destination des élus des 47 communes de la communauté et organisé des réunions d'explications pour les maires et les secrétaires généraux. Sans oublier, bien sûr, de relayer les informations sur le site Internet et sur la page Facebook... «*Nous avons également mis à disposition textes et infographies pour les quatre communautés de communes voisines, avec lesquelles nous travaillons régulièrement*», précise-t-elle.

D.R.

François Carbonnel, de la communauté de communes du Tarn & Dadou

«Nous avons pris le taureau par les cornes. C'est pour nous un devoir de service public»

Sur le Net, les premiers à avoir pris des initiatives sont les communicants de la communauté de communes Tarn & Dadou, connus pour être particulièrement actifs dans la sphère digitale. «*Lorsque nous avons réalisé que les nouvelles règles étaient tellement compliquées que nous-mêmes, qui avons pourtant les mains dedans en permanence, nous avions du mal à en saisir les conséquences, nous avons compris que pour le citoyen, ce serait vraiment difficile*», explique François Carbonnel, directeur de cabinet qui supervise la communication. Lors de cette prise de conscience, aucune infographie n'est disponible. Qu'à cela ne tienne, la communauté décide de les réaliser en interne. «*Personne n'avait l'air de se rendre compte de l'enjeu, nous avons pris le taureau par les cornes. C'est pour nous un devoir de service public.*» L'objectif : en un clic, l'habitant doit comprendre le processus. Tarn & Dadou propose une carte interactive, où, en cliquant sur sa commune, le citoyen découvre comment il devra voter. François Carbonnel s'en réjouit : «*Je pense que notre plus-value se situe dans cette simplicité.*» ◆ **BRUNO WALTER**